

ISSN 2545 – 4439

ISSN 1857 - 923X

INTERNATIONAL JOURNAL

Institute of Knowledge Management

KNOWLEDGE



Vol. 42. 1.
Scientific Papers

SOCIAL SCIENCES



KIJ

Vol. 42

No. 1

pp. 1 - 266

Skopje 2020

KNOWLEDGE



INTERNATIONAL JOURNAL

**SCIENTIFIC PAPERS
VOL. 42.1**

October, 2020

**INSTITUTE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT
SKOPJE**



KNOWLEDGE
International Journal Scientific Papers Vol. 42.1

ADVISORY BOARD

Vlado Kambovski PhD, Robert Dimitrovski PhD, Siniša Zarić PhD, Maria Kavdanska PhD, Venelin Terziev PhD, Mirjana Borota – Popovska PhD, Cezar Birzea PhD, Veselin Videv PhD, Ivo Zupanovic, PhD, Savo Ashtalkoski PhD, Zivota Radosavljević PhD, Laste Spasovski PhD, Mersad Mujevic PhD, Milka Zdravkovska PhD, Drago Cvijanovic PhD, Predrag Trajković PhD, Lazar Stosic PhD, Krasimira Staneva PhD, Nebojsa Pavlović PhD, Daniela Todorova PhD, Baki Koleci PhD, Lisen Bashkurti PhD, Zoran Srzentić PhD, Sinisa Opic PhD, Marija Kostic PhD

Print: GRAFOPROM – Bitola

Editor: IKM – Skopje

Editor in chief

Robert Dimitrovski, PhD

KNOWLEDGE - International Journal Scientific Papers Vol. 42.1

ISSN 1857-923X (for e-version)

ISSN 2545 – 4439 (for printed version)

INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD

President: Academic, Prof. Vlado Kambovski PhD, Skopje (N. Macedonia)

Vice presidents:

Prof. Robert Dimitrovski PhD, Institute of Knowledge Management, Skopje (N. Macedonia)

Prof. Sinisa Zaric, PhD, Faculty of Economics, University of Belgrade, Belgrade (Serbia)

Prof. Venelin Terziev PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)

Prof. Mersad Mujevic PhD, Public Procurement Administration of Montenegro (Montenegro)

Prof. Tihomir Domazet PhD, President of the Croatian Institute for Finance and Accounting, Zagreb (Croatia)

Members:

- Prof. Azra Adjajlic – Dedovic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Aleksandar Korablev PhD, Faculty of economy and management, Saint Petersburg State Forest Technical University, Saint Petersburg (Russian Federation)
- Prof. Anita Trajkovska PhD, Rochester University (USA)
- Prof. Aziz Pollozhani PhD, Rector, University Mother Teresa, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Anka Trajkovska-Petkoska PhD, UKLO, Faculty of technology and technical sciences, Bitola (N. Macedonia)
- Prof. Aneta Mijoska PhD, Faculty of Dentistry, University “St. Cyril and Methodius”, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Alisabri Sabani PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Artan Nimani PhD, Rector, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Ahmad Zakeri PhD, University of Wolverhampton, (United Kingdom)
- Prof. Ana Dzumalieva PhD, South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Ali Hajro, PhD, Military Academy “Mihailo Apostolski”, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Branko Sotirov PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)
- Prof. Branko Boshkovic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Branimir Kampl PhD, Institute SANO, Zagreb (Croatia)
- Prof. Baki Koleci PhD, University Hadzi Zeka, Peja (Kosovo)
- Prof. Branislav Simonovic PhD, Faculty of Law, Kragujevac (Serbia)
- Prof. Bistra Angelovska, Faculty of Medicine, University “Goce Delcev”, Shtip (N.Macedonia)
- Prof. Cezar Birzea, PhD, National School for Political and Administrative Studies, Bucharest (Romania)
- Prof. Cvetko Andreevski, Faculty of Tourism, UKLO, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Drago Cvijanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Dusan Ristic, PhD Emeritus, College of professional studies in Management and Business Communication, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Darijo Jerkovic PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Daniela Todorova PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Dragan Kokovic PhD, University of Novi Sad, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Dragan Marinkovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)

- Prof. Daniela Ivanova Popova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Dzulijana Tomovska, PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Evgenia Penkova-Pantaleeva PhD, UNWE -Sofia (Bulgaria)
- Prof. Fadil Millaku, PhD, Rector, University “Hadzi Zeka”, Peja (Kosovo)
- Prof. Fatos Ukaj, University “Hasan Prishtina”, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Georgi Georgiev PhD, National Military University “Vasil Levski”, Veliko Trnovo (Bulgaria)
- Prof. Halit Shabani, PhD, University “Hadzi Zeka”, Peja (Kosovo)
- Prof. Halima Sofradzija, PhD, University of Sarajevo, Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Haris Halilovic, Faculty of criminology and security, University of Sarajevo, Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Helmut Shramke PhD, former Head of the University of Vienna Reform Group (Austria)
- Prof. Hristina Georgieva Yancheva, PhD, Rector, Agricultural University, Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Hristo Beloev PhD, Bulgarian Academy of Science, Rector of the University of Rousse (Bulgaria)
- Prof. Hristina Milcheva, Medical college, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Prof. Izet Zeqiri, PhD, Academic, SEEU, Tetovo (N.Macedonia)
- Prof. Ivan Marchevski, PhD, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Ibrahim Obhodjas PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Doc. Igor Stubelj, PhD, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
- Prof. Ivo Zupanovic, PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
- Prof. Ivan Blazhevski, PhD, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Ivan Petkov PhD, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
- Prof. Isa Spahiu PhD, AAB University, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Ivana Jelik PhD, University of Podgorica, Faculty of Law, Podgorica (Montenegro)
- Prof. Islam Hasani PhD, Kingston University (Bahrein)
- Prof. Jamila Jaganjac PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Jova Ateljevic PhD, Faculty of Economy, University of Banja Luka, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Jonko Kunchev PhD, University „Cernorizec Hrabar“ - Varna (Bulgaria)
- Prof Karl Schopf, PhD, Akademie fur wissenschaftliche forchung und studium, Wien (Austria)
- Prof. Katerina Belichovska, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Krasimir Petkov, PhD, National Sports Academy “Vassil Levski”, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Kamal Al-Nakib PhD, College of Business Administration Department, Kingdom University (Bahrain)
- Prof. Kiril Lisichkov, Faculty of Technology and Metallurgy, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Krasimira Staneva PhD, University of Forestry, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Lidija Tozi PhD, Faculty of Pharmacy, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Laste Spasovski PhD, Vocational and educational centre, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Larisa Velic, PhD, Faculty of Law, University of Zenica, Zenica (Bosnia and Herzegovina)

- Prof. Łukasz Tomczyk PhD, Pedagogical University of Cracow (Poland)
- Prof. Lujza Grueva, PhD, Faculty of Medical Sciences, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Lazar Stosic, PhD, Association for development of science, engineering and education, Vranje (Serbia)
- Prof. Lulzim Zeneli PhD, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Lisen Bashkurti PhD, Global Vice President of Sun Moon University (Albania)
- Prof. Lence Mircevska PhD, High Medicine School, Bitola, (N.Macedonia)
- Prof. Ljupce Kocovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Marusya Lyubcheva PhD, University “Prof. Asen Zlatarov”, Member of the European Parliament, Burgas (Bulgaria)
- Prof. Marija Magdinceva – Shopova PhD, Faculty of tourism and business logistics, University “Goce Delchev”, Shtip (N. Macedonia)
- Prof. Maria Kavdanska PhD, Faculty of Pedagogy, South-West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Maja Lubenova Cholakova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Mirjana Borota-Popovska, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Mihail Garevski, PhD, Institute of Earthquake Engineering and Engineering Seismology, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Misho Hristovski PhD, Faculty of Veterinary Medicine, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Mitko Kotovchevski, PhD, Faculty of Philosophy, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Milan Radosavljevic PhD, Dean, Faculty of strategic and operational management, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Marija Topuzovska-Latkovikj, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Marija Knezevic PhD, Academic, Banja Luka, (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Margarita Bogdanova PhD, D.A.Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Mahmut Chelik PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (N.Macedonia)
- Prof. Marija Mandaric PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Marina Simin PhD, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Miladin Kalinic, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Marijan Tanushevski PhD, Macedonian Scientific Society, Bitola (N. Macedonia)
- Prof. Mitre Stojanovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Miodrag Smelcerovic PhD, High Technological and Artistic Vocational School, Leskovac (Serbia)
- Prof. Nadka Kostadinova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Prof. Natalija Kirejenko PhD, Faculty For economic and Business, Institute of Entrepreneurial Activity, Minsk (Belarus)
- Prof. Nenad Taneski PhD, Military Academy “Mihailo Apostolski”, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Nevenka Tatkovic PhD, Juraj Dobrila University of Pula, Pula (Croatia)
- Prof. Nedžad Korajlic PhD, Dean, Faculty of criminal justice and security, University of Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Nonka Mateva PhD, Medical University, Plovdiv (Bulgaria)

- Prof. Nikolay Georgiev PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Nishad M. Navaz PhD, Kingdom University (India)
- Prof. Nano Ruzhin PhD, Faculty of Law, AUE-FON University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Oliver Dimitrijevic PhD, High medicine school for professional studies “Hipokrat”, Bujanovac (Serbia)
- Prof. Paul Sergius Koku, PhD, Florida State University, Florida (USA)
- Prof. Primoz Dolenc, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
- Prof. Predrag Trajkovic PhD, JMPNT, Vranje (Serbia)
- Prof. Petar Kolev PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Pere Tumbas PhD, Faculty of Economics, University of Novi Sad, Subotica (Serbia)
- Prof. Rade Ratkovic PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
- Prof. Rositsa Chobanova PhD, University of Telecommunications and Posts, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Rossana Piccolo PhD, Università degli studi della Campania - Luigi Vanvitelli (Italy)
- Prof. Rumen Valcovski PhD, Imunolab Sofia (Bulgaria)
- Prof. Rumen Stefanov PhD, Faculty of public health, Medical University of Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Rumen Tomov PhD, Rector, University of Forestry, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Sasho Korunoski PhD, UKLO, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Snezhana Lazarevic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Stojan Ivanov PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Stojna Ristevska PhD, High Medicine School, Bitola, (N. Macedonia)
- Prof. Suzana Pavlovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Sandra Zivanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Shyqeri Kabashi, College “Biznesi”, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Temelko Risteski PhD, Faculty of Law, AUE-FON University, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Todor Krystevich, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Todorka Atanasova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Doc. Tatyana Sobolieva PhD, State Higher Education Establishment Vadiym Getman Kiyev National Economic University, Kiyev (Ukraine)
- Prof. Tzako Pantaleev PhD, NBUniversity, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Violeta Dimova PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (N. Macedonia)
- Prof. Vojislav Babic PhD, Institute of Sociology, University of Belgrade (Serbia)
- Prof. Volodymyr Denysyuk, PhD, Dobrov Center for Scientific and Technological Potential and History studies at the National Academy of Sciences of Ukraine (Ukraine)
- Prof. Valentina Staneva PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Venus Del Rosario PhD, Arab Open University (Philippines)
- Prof. Vjollca Dibra PhD, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Yuri Doroshenko PhD, Dean, Faculty of Economics and Management, Belgorod (Russian Federation)
- Prof. Zlatko Pejkovski, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Zivota Radosavljevic PhD, Faculty FORCUP, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Zorka Jugovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)

REVIEW PROCEDURE AND REVIEW BOARD

Each paper is reviewed by the editor and, if it is judged suitable for this publication, it is then sent to two referees for double blind peer review.

The editorial review board is consisted of 63 members, full professors in the fields 1) Natural and mathematical sciences, 2) Technical and technological sciences, 3) Medical sciences and Health, 4) Biotechnical sciences, 5) Social sciences, and 6) Humanities from all the Balkan countries and the region.

CONTENTS

IMPACT OF COVID-19 ON HUMAN RESOURCES IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES: THE CASE OF N. MACEDONIA	17
Marija Magdinceva-Sopova	17
Aneta Stojanovska-Stefanova	17
Kiril Postolov	17
CRISIS SITUATIONS IN TOURIST DESTINATIONS AND THEIR IMPACT ON THE ENVIRONMENT – LITERATURE REVIEW	23
Dora Smolčić Jurdana	23
Romina Agbaba	23
KNOWLEDGE VALORIZED IN INNOVATIONS AS A GENERATOR OF ECONOMIC POWERGROWTH OF MODERN ECONOMIES	31
Slobodan Cvetanović	31
Dragan Turanjanin	31
OVERVIEW OF LEADING KNOWLEDGE MANAGEMENT MODELS AND MODELS OF KNOWLEDGE MANAGEMENT LIFE CYCLE	37
Julija Švonja	37
THE PARADIGM OF THE NEW ECONOMY – THE CONJUNCTION OF DATA SCIENCE AND MODERN BUSINESS MODEL	43
Kalina Trenevska Blagoeva	43
IMPACT OF COVID-19 ON THE TOURISM SECTOR IN KOSOVO	49
Bekë Kuqi	49
Petrît Hasanaj	49
INTRODUCTION OF A GREEN ENTREPRENEURSHIP MODEL IN TOURISM – OPPORTUNITIES AND TRENDS	53
Snezhinka Konstantinova	53
EXPLORING POSSIBILITIES FOR APPLYING GAMIFIED LEARNING ABOUT TOURISM DESTINATION AT THE EXAMPLE OF MONTENEGRO	59
Ivana Tomasevic	59
Djordjije Pavicevic	59
THE SARS-CoV-2 PANDEMIC IMPACT ON THIRD-YEAR TOURISM UNIVERSITY STUDENTS	65
Ivan Obreshkov	65
THE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF THE CATERING AND TOURIST FACILITY THROUGH THE ROLE OF THE SOMMELIER	71
Vladimir Kitanov	71
Tanja Angelkova Petkova	71
MANAGING PANDEMIC IN HOTEL INDUSTRY	77
Nikola Sokolovski	77
Shaban Saliu	77
RELATIONSHIP BETWEEN LEADERSHIP STYLE, WORKING STRESS AND ORGANIZATIONAL JUSTICE AMONG UNIVERSITY EMPLOYEES IN BOSNIA AND HERZEGOVINA	83
Tanja Gavrić	83
Jamila Jaganjac	83
THE NEW FACE OF PUBLIC MANAGEMENT – ABOUT THE “SMART CITY” AND ITS IMPACT ON THE FUTURE DEVELOPMENT OF SOCIETY	91
Valentin Vasilev	91
Dimitar Ognyanski	91

STRATEGIC CUSTOMER MANAGEMENT WITH THE SUPPORT OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS.....	95
Nevenka Popović Šević	95
MOTIVATION AS A MANAGEMENT FUNCTION	99
Magdalena Tsoneva	99
IMPORTANCE OF MOTIVATION AND DEMOTIVATION FACTORS IN THE PERFORMANCE OF EMPLOYEES AND MANAGERS IN SME.....	103
Merita Begolli Dauti	103
Rron Dauti	103
Musa Krasniqi.....	103
MOTIVATING THE EMPLOYEES DURING CRISIS	111
Marija Avramoska	111
TRAINING AND DEVELOPMENT OF EMPLOYEES IN A REMOTE WORKING ENVIRONMENT	115
Ivona Litsova	115
WELL PREPARED FOR CONFLICT IN ORGANIZATIONS? A MANAGERS' SELF-ASSESSMENT OF THEIR CONFLICT MANAGEMENT KNOWLEDGE.....	121
Ivanka Mihaylova.....	121
THE IMPACT OF THE MOBILE DIGITAL DEVICES ON COMMUNICATIONS.....	129
Sanja Adjaip-Velickovski	129
Sead Dzigal.....	129
POLITICS, CORONAVIRUS (COVID-19) AND ECONOMIC THREATS.....	135
Ali Hajro.....	135
INTERNATIONAL TRADE TRANSACTIONS THROUGH THE PRISM OF ACCOUNTING	141
Stanislava Pancheva	141
ENTITY'S CASH FLOWS UNDER THE CONDITIONS OF CRISIS (METHODOLOGY AND METHODS FOR ANALYSIS)	147
Rositsa Ivanova.....	147
RELATIONSHIPS AND COMPLIANCES BETWEEN THE SUSTAINABLE REPORTING STANDARDS OF THE GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) AND NATIONAL ACCOUNTING REGULATIONS IN THE REPUBLIC OF BULGARIA	155
Magdalena Petrova-Kirova.....	155
FORMING AN AUDIT OPINION ON THE NON-FINANCIAL INFORMATION IN THE ENTITIES' FINANCIAL STATEMENTS UNDER THE CONDITIONS OF CRISIS.....	161
Maia Iankova Natchkova.....	161
PROJECTIONS OF MODERN ENVIRONMENTAL ACCOUNTING AT THE INTERNATIONAL, NATIONAL AND CORPORATE LEVEL.....	167
Desislava Yosifova.....	167
ANALYSIS OF THE FAST MONEY TRANSFER SERVICE BY THE BANKS IN THE MACEDONIAN ECONOMY	175
Marina Blazhekovikj Toshevski.....	175
THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES IN THE ANALYSIS OF THE CASH FLOWS	181
Petya Yordanova-Dinova	181
THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON THE AUDITING PROFESSION: CASE OF ALBANIA.....	189
Ilva Isa	189
Bederiana Shyti.....	189
Kamen Spassov.....	189
TAX EVASION AS A CRIMINAL ACT AGAINST PUBLIC FINANCES	197
Anita Dauti	197

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT ACCOUNTING OF THE ENVIRONMENTAL COSTS	203
Petya Yordanova-Dinova	203
THE ROLE OF STRATEGIC ANALYSIS IN THE GROWTH OF THE COMPANY	209
Venet Shala.....	209
Luaneta Beshiri.....	209
PRACTICES FOR COORDINATION AND SUBORDINATION OF SOCIAL STRATEGIES PLANNING IN THE REPUBLIC OF BULGARIA	215
Mariela Stoyanova.....	215
THE ROLE OF TECHNOLOGY IN ECONOMIC DEVELOPMENT	219
Besart Prebreza	219
MARKET AND ECONOMIC ASPECTS THE VEGETABLE PRODUCTION IN NORTH MACEDONIA	225
Mile Jakimovski	225
RESEARCH OF MANAGERIAL INNOVATION IN FOOD INDUSTRY ENTERPRISES	231
Iva Bichurova	231
FACTORS DETERMINING SUCCESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES) IN KOSOVO.....	239
Merita Begolli Dauti.....	239
Rron Dauti	239
Musa Krasniqi.....	239
MARKET SITUATION AND EXPORT - IMPORT OF MEDICAL AND AROMATIC PLANTS IN THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA	245
Mile Jakimovski	245
DIFFERENCES BETWEEN THE CONCEPT OF STATE AND PUBLIC ENTERPRISE	251
Adrian Leka	251
CONTRIBUTION TO THE RESEARCH OF BARRIERS OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION.....	261
Biljana Rabasović.....	261
Ivana Marković.....	261
Mladen Vičentić	261

THE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF THE CATERING AND TOURIST FACILITY THROUGH THE ROLE OF THE SOMMELIER

Vladimir Kitanov

University “Goce Delcev” Stip, N. Macedonia, vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Tanja Angelkova Petkova

University “Goce Delcev” Stip, N. Macedonia, tanja.angelkova@ugd.edu.mk

Abstract: Very few people in Macedonia know who the sommelier is and what he does. Most of those who have heard of this profession associate it with a grower, more precisely with a person who pours wine in a restaurant. This is partly true because it is only one of the sommelier's duties. In addition to simply opening bottles and pouring wine, he is in charge of creating a wine list, combining food and wine, as well as recommending wine to the guest, all of which involve collaborating with the chef. However, despite this, it is a mistake to think that sommelier can only be found in restaurants, as they are not exclusively related to catering, although they are usually found there.

In addition to working in a restaurant, in the "fine dining" section, the sommelier can perform other activities such as: training other people to work in a restaurant and winery, organizing and conducting wine tours, working in a wine shop, writing about wine, as well as consultations with private individuals and wine bars.

The most general definition is that these are people who specialize in working with wine. However, even this is not the most accurate, because a good sommelier, in addition to wine, should have knowledge of alcoholic distillates, beer, cocktails, water, juices, coffee, tea and cigarettes (cigars) and their combination with food, as well as appropriate serving it.

As a new profession, sommelier is relatively little valorized in the tourism industry. However, where they are engaged, they carry a note of professionalism and positively affect the quality of the tourist offer.

Keywords: sommelier, tourism, service, wine tourism, wine.

ЕКОНОМСКАТА ОДРЖЛИВОСТ НА УГОСТИТЕЛСКИОТ И ТУРИСТИЧКИОТ ОБЈЕКТ ПРЕКУ УЛОГАТА НА СОМЕЛИЕРОТ

Владимир Китанов

Универзитет “Гоце Делчев“, Штип, С. Македонија, vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Тања Ангелкова Петкова

Универзитет “Гоце Делчев“, Штип, С. Македонија, tanja.angelkova@ugd.edu.mk

Апстракт: Многу мал број на луѓе во Македонија знаат кој е всушност сомелиерот и што прави. Повеќето од оние кои слушнале за оваа професија ја поврзуваат со лозар, поточно со личност која истура вино во ресторан. Ова е делумно точно, бидејќи тоа е само една од должностите на сомелиерот. Покрај тоа што едноставно отвора шишиња и истура вино, тој е задолжен за креирање на список со вина, спојување на храна и вино, како и препорачување вино на гостинот, а сето тоа вклучува соработка со главниот готвач. Сепак, и покрај ова, грешка е да се мисли дека сомелиерот може да се најде само во рестораните, бидејќи тие не се исклучиво поврзани со угостителството, иако најчесто се наоѓаат таму.

Освен што работи во ресторан, во делот “фино јадење“, сомелиерот може да извршува и други активности како што се: обука на други луѓе за работа во ресторан и винарија, организирање и водење вински тури, работа во продавница за вино, пишување за вино, како и консултации со приватни лица и вински барови.

Најопштата дефиниција е дека станува збор за луѓе специјализирани за работа со вина. Сепак, дури и тоа не е најточно, бидејќи добар сомелиер, покрај вино, треба да има познавање и од алкохолни дестилати, пиво, коктели, вода, сокови, кафе, чај и цигари (пури) и нивно спојување со храната, како и соодветно послужување на истата.

Како нова професија, сомелиерот е релативно малку валоризиран во туристичката индустрија. Како и да е, таму каде што се ангажирани, тие носат нота на професионализам и позитивно влијаат на квалитетот на туристичката понуда.

Клучни зборови: сомелиер, туризам, услуга, вински туризам, вино.

1. СОМЕЛИЕРОТ ВО УГОСТИТЕЛСКО-ТУРИСТИЧКИ КАПАЦИТЕТИ

Тие најчесто се појавуваат во угостителските-туристичките објекти, поточно во рестораните, пред се во финото јадење. Ова се ресторани каде услугата за вино е подигната на повисоко ниво. Некоје непишано правило е дека секоја маса има по еден келнер и еден асистент кои ја служат и тие најмногу се посветени само на неа, иако има отстапувања од ова правило. Персоналот е многу квалитетен, додека храната е врвна. Како што веќе споменавме, поради потрагата по ексклузивност, списокот со вина на овие ресторани е голем и полн со добри вина.

Меѓутоа, ако добрата храна е придружена со добро вино, но несоодветна за неа, уживањето ќе изостане. Љубовта кон виното не е доволна, потребна е добра усогласеност за вистинско задоволство. Ова е местото каде **сомелиерот** стапува на сцена. Тој треба да се погрижи за целосниот процес во кој виното од визбата стигнува до гостинот. И не само тоа, тој мора да стори се за гостинот да се чувствува пријатно, како со своето познавање на вината, така и со неговата личност.

2. СОМЕЛИЕРОТ ВО ЕНОТУРИЗМОТ

Покрај со угостителството, сомелиерот е многу важен и во енотуризмот. Најголемите винарии во светот заработуваат огромни суми пари на оваа активност. На тој начин, покрај продажбата на билети за винаријата, тие ги продаваат и своите вина и го промовираат својот бренд. Поради подобра презентација на винаријата, професионална личност е повеќе од неопходна со цел да им се донесат вината што подобро на гостите.

Сомелиерите кои работат како водичи во винарските визби и винските тури мора да имаат совршено познавање на технологијата на виното, историјата на винарските визби и сите вина произведени во одредена винарија, така што на посетителите можат најдобро да им презентираат сè што ги интересира.

3. СОМЕЛИЕРОТ ВО ХОТЕЛСКАТА ИНДУСТРИЈА

Сомелиерите во хотелската индустрија се првенствено поврзани со ресторанскиот дел од хотелот. Сепак, хотелот може да понуди и други погодности. Така, дегустациите на вино се многу популарни, каде што група луѓе пробуваат одреден број вина, сите придружени со сомелиер. Покрај ова, таканаречените вински хотели стануваат сè попопуларни во светот, каде што самиот објект се наоѓа на сред лозје, а на овој начин гостите имаат многу поблиска слика за самото вино. За сето ова се потребни луѓе кои ќе водат групи гости и ќе им објаснат што ги интересира.

4. СОМЕЛИЕРОТ НА ЈАХТА-ТУРИЗАМ

Во време кога сè поголем број луѓе во светот имаат огромни суми пари, побарувачката за сомелиер на јахти се зголемува. Сопствениците на јахти не жалат за парите да уживаат и да научат што е можно повеќе за виното, а тука улогата на сомелиерот е повеќе од неопходна.

5. СОМЕЛИЕРОТ НАДВОР ОД ТУРИЗМОТ

Покрај туризмот, сомелиерот има и други улоги и начини за промовирање на виното. Можеби најважни од сите се сомелиерите кои се занимаваат со вино во пишаниот збор. Тука можеме да направиме груба поделба меѓу научниците и критичарите. Првите пишуваат воопшто за вино, региони, видови грозје, стилови на вино, нови трендови и промени во винскиот свет. Додека последните обично го даваат својот субјективен впечаток за специфични вина и ги проценуваат секоја година. Најдалеку во ова отиде Роберт Паркер, чии оценки со нетрпение се очекуваат и неговите 100 поени за вино добиваат огромни цифри. Овие сомелиери треба да бидат најупатени. Сомелиерите кои работат во продавници за вино, исто така, треба да знаат многу. Тие треба да ги знаат основните информации за секое вино што е на полицата за да можат да му понудат на потенцијалниот купувач точно она што го сака.

Сомелиерите кои работат како консултанти при отворање ресторани и барови, пред сè мора да имаат долгогодишно искуство во угостителството и завидно искуство со цел да ги исполнат сите барања и да го постават угостителскиот објект на вистинскиот пат. Од нив може да се побара сè, од правење список со вина и наоѓање снабдувач до обука на персонал. Покрај широко познавање на вино, тие се принудени добро да ги познаваат и другите алкохолни пијалоци.

Во последно време, особено во повисоките класи на општеството, актуелно е да се ангажираат сомелиери за приватни колекции на вино. Тие помагаат пред сè при изборот на вина, совети за тоа кои вина да се отворат, начини на складирање. Покрај обемното знаење, тие мора да го познаваат добро и вкусот на лицето кое ќе го конзумира тоа вино.

На крајот, останата сомелиери-предавачи. Тие првенствено се занимаваат со едукација на нови сомелиери, но и други кои сакаат да дознаат повеќе за виното.

6. ЕНОТУРИЗАМ

Енотуризам или вински туризам се однесува на туризам кој вклучува дегустации, вински тури и купување вино во винарските визби. Додека повеќето видови туризам се првенствено пасивни, единствениот туризам се заснова на посети на винарии, дегустација на вино, прошетки по лозје, па дури и учество во бербата, што го класифицира како активен вид туризам. Овој вид туризам е многу распространет во многу светски вински региони. Покрај тоа што ви овозможува да научите и да уживате во вино, ова е одличен начин да ги запознаете различните култури, луѓе и обичаи преку патувања. Во региони кои произведуваат вино со векови, тоа е многу вкоренето во културата и обичаите на населението. Ова ги прави интересни за посетителите и ова е една од причините зошто енотуризмот е популарен во светот.

За енолозите, енотуризмот е начин за подобро разбирање на територијата. Кога ќе поминете неколку дена во истиот регион, да ги пробате вината од тој регион, но и храна, да разговарате со производителите, многу подобро ќе ги разберете вината од тој регион. Винскиот туризам е во пораст, така што во 2008 година приходот од него беше 2,5 милијарди евра, додека бројот на гости е околу 5 милиони. Сепак, се верува дека енотуризмот во моментот работи со 20% од неговите капацитети. Овој вид туризам е најраспространет во САД, поточно во долината Напа. Не застануваат Шпанија, Франција, Италија, но и земјите од Новиот свет.

7. УЛОГАТА НА СОМЕЛИЕРОТ ВО ЕНОТУРИЗМОТ

Сомелиерот има големо влијание во енотуризмот и многу работи зависат од него. Луѓето кои се одлучуваат да ги посетат винарските визби првенствено сакаат вино и сакаат да научат што е можно повеќе за тоа. На него останува да го приближи целиот свет на вино до гостите, почнувајќи од лозјето, па сè до шишето.

Тој мора да има огромно познавање на лозјето или дури и на целиот регион каде што се реализира посетата заради енотуризам. Покрај тоа, тој мора да знае како да им донесе сè што е можно поблиску на посетителите и да им обезбеди одговор на секое нивно прашање. Она што е исто така потребно е да се знаат основите на спарување на вино и храна. Доколку добро ја заврши својата работа, покрај задоволството на задоволните гости, тој ќе го подобри брендот на винаријата или регионот и со тоа ќе доведе до поголема продажба на вино.

8. ПАЗАРОТ НА ВИНО И УЛОГАТА НА СОМЕЛИЕРОТ ВО НЕГО

Сомелиер може да игра многу голема улога на пазарот на вино, и тука ќе зборуваме за начините на кои тој може да влијае на тоа. Заради обемот на темата, нема да се занимаваме со целосниот пазар, туку пред сè со оние делови во кои сомелиерот може да има решавачко влијание.

9. УЛОГАТА НА СОМЕЛИЕРОТ ВО ПОБАРУВАЧКАТА И ПОТРОШУВАЧКАТА НА ВИНО

Побарувачката е задоволување на потребите на потрошувачите за одредени производи, а резултатот е понудата на пазарот. Главниот фактор во побарувачката за вино е потрошувачот, кој не треба да се меша со клиентот. Имено, клиентот го купува производот за сопствени или потреби на друго лице, додека потрошувачот го троши производот.

За да се разберат причините за купување производ, мора да се знае процесот на донесување одлуки при купувањето. Се одвива во неколку фази:

- Перцепција на проблемот: потрошувачот ја согледува потребата, го дефинира својот проблем и размислува да може да го реши. Ова започна процес на донесување одлука за купување.
- Пребарување информации: потрошувачот го истражува пазарот на вино, бара информации за квалитетот, цената, годината на бербата ...
- Евалуација на алтернативите: потенцијален купувач наоѓа неколку понуди од различни производители и ги проценува (споредува).
- Одлука за набавка: е последица на анализата и евалуацијата од претходната фаза.
- Донесување по купувањето: потрошувачот го проценува производот во процесот на потрошувачка. Тоа зависи од тоа дали ќе му остане верен.

Улогата на сомелиерот, не само во угостителско - туристички објект, туку и во други туристички активности е да им помага на потрошувачите во сите овие фази. Како прво, тој може да предложи потенцијален потрошувач да одлучи да купи вино, на пример со вечера во ресторан. Потоа, како личност со големо знаење, тој ќе ги сподели сите информации за одредено вино со потенцијален потрошувач, а подоцна ќе ги анализира и спореди со други вина. Конечно, кога ќе ги добие сите потребни информации, потенцијалниот

потрошувач се одредува за производот. Ова донесување одлуки може да биде независно, но исто така придружено со сомелиерот. Тој може да препорача вино или да му помогне на некое лице да го избере, врз основа на неговите преференции, но ние никогаш не смееме да наметнуваме вино. На крајот, во зависност од тоа колку бил добар сомелиерот, потрошувачот може да стане лојален. Овде гледаме колку е важен сомелиерот при афирмација на вино.

10. ПОЗИТИВНО ВЛИЈАНИЕ НА СОМЕЛИЕРИТЕ ВО РАЗВОЈОТ НА ТУРИСТИЧКАТА ПОНУДА РЕЛАТИВНИТЕ НЕПОТРОШУВАЧИ НА ВИНО

Постојат четири вида потрошувачи на вино. Првите се таканаречените вистински потрошувачи, оние кои купуваат само една марка. Вториот вид се потрошувачи на конкуренција, поточно оние кои сакаат да купуваат различни вина и не се врзани за една марка. Третиот вид се релативни непотрошувачи, кои поради некоја причина во моментот не купуваат вино, додека четвртиот тип се апсолутни потрошувачи, односно тоа е група на луѓе кои не купуваат вино и нема начин како да ги убедат да започнат со купување. Од гледна точка на сомелиерот, единствениот интересен вид е третиот, поточно оние лица кои треба да бидат поттикнати да консумираат вино. Причините зошто релативните потрошувачи не се потрошувачи на вино, можат да бидат многубројни, овде станува збор само за оние каде сомелиерот може директно да влијае. Можеби најголемата причина е слабата информација на потрошувачите за виното. Бидејќи не се доволно информирани, тие не знаат за одредени марки вино. Исто така, тие не ги знаат основните карактеристики, квалитетот и цената, воопшто се плашат да пробаат одредено вино. Тука, сомелиерот има решавачко влијание, затоа што треба да открие каков е вкусот на луѓето, што сакаат да јадат и пијат, и на тој начин да им понуди соодветно вино.

Во случај сомелиерот да биде успешен, потрошувачот ќе се пресели во една од првите две групи. Ниската куповна моќ на потрошувачите е уште еден многу важен фактор. Сепак, има голем број вина кои спаѓаат во категоријата ниска цена, а нивниот квалитет е повисок од сегашната цена. Ова се работи што добриот сомелиер мора да ги знае и еден од начините да се афирмира виното. Потрошувачите не знаат доволно за виното, неговите основни карактеристики, перформанси, својства ... тука може да помогне дегустација на вино, каде под водство на сомелиер, потенцијалните потрошувачи ќе пробаат одреден број вина и ќе поставуваат прашања на кои ќе добијат одговори и со тоа ќе се доближат до виното. Или самото образование може да биде чекор напред. Забележлив е традиционализмот во потрошувачката, поточно, немаат навика потрошувачите да купуваат вино. Ова е местото каде сомелиерот влегува на сцена, а тоа првенствено се однесува на угостителската индустрија- туристички објект.

Покрај причините зошто одредено вино би одговарало на храната што ја јадат, тој треба да ги убеди да нарачаат и вино и на тој начин да станат потрошувачи. Слична работа се случува ако потрошувачите се откажат од купување вино поради неколку лоши искуства. Откако ќе соберат информации зошто не ги сакале претходните вина, на сомелиерот останува да им понуди вина што ќе одговараат на нивниот вкус. Гледаме дека една од главните причини е високата цена. Такво нешто е сосема нормално, бидејќи цената во угостителските и туристичките објекти е три до пет пати повисока од набавната цена. Сепак, во рестораните има цени на вино што се прифатливи за гостинот, а на сомелиерот е да најде такво вино и да го убеди потрошувачот дека економскиот елемент не мора да биде клучен во квалитетот на виното. Што се однесува до понудата на вино во рестораните, тоа треба да биде директна одговорност на сомелиерот. Доколку добие „одврзани“ раце од работодавачот при составувањето на списокот, тој е најодговорен за лошата понуда на вино. Некои ресторани одлучуваат странските вина да бидат многу доминантни на списокот со вино, што е прифатливо од една страна, бидејќи квалитетот сепак се издвојува пред домашниот. Сепак, бидејќи локалните и домашните вина се многу популарни во најголемите ресторани во светот, угостителите и сомелиерите ќе мораат да стават поголем процент од домашните вина на списокот со вина.

11. ВАЖНОСТА НА СОМЕЛИЕРОТ ЗА ЕКОНОМСКАТА ОДРЖЛИВОСТ НА УГОСТИТЕЛСКИОТ И ТУРИСТИЧКИОТ ОБЈЕКТ

Економската одржливост се заснова на здрав и економски ефикасен развој, што значи оптимално управување со ресурсите на начин на кој идните генерации можат да ги користат. Во туризмот, тој е компатибилен со еколошките и социо-културните принципи на одржливост.

Сомелиерот како личност која може да влијае на економската ефикасност на туристички објект, може да биде еден од најважните сервиси на економската одржливост на угостителско - туристички објект. Доколку се постави на здрави принципи, овој објект може да го користат идните генерации, бидејќи ресурсите што ги користи, а тоа е вино, се обновуваат. Сепак, само сомелиерот не е доволен, бидејќи економската одржливост мора да ја градат сите учесници во процесот што завршува откако виното ќе се отвори на трpezата.

Почнувајќи од енологот, преку производителот, потоа сомелиерот, работодавачот и конечно потрошувачот, сите тие се еден синџир што ја поттикнува економската одржливост, бидејќи без барем една алка по ред, приказната не би била иста. Во триаголникот на одржливост помеѓу општеството, животната средина и економијата, сомелиерот ја подигнува економската одржливост на повисоко ниво. Од социјална гледна точка, факторот пари е исклучително важен во денешниот свет и рековме дека сомелиерот може да доведе до поголем профит. Околината останува непроменета, бидејќи не ја нарушува рамнотежата во природата. Затоа, ова е многу позитивно занимање кога ќе ги видите предностите на нејзината валоризација.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- Китанов, В., & Методијески, Д. (2020). Вински туризам. Штип: УГД
- Методијески, Д., Филипоски, О., Тодоровиќ, Е., Талеска, М., Мичев, Г., & Димовски, Ч. (2019). Водич за вински туризам во Република Северна Македонија. Скопје: Министерство за економија.
- Мичев, Г., & Методијески, Д. (2018). Сомелиерство. Штип: УГД.
- Ташков, Н., Димитров, Н., & Методијески, Д. (2016). Водич за препознатливите производи, локалитети, објекти и настани во Македонија. Скопје: АППТРМ.
- Anderson, K., Neglen, S., & Pinilla, S. (2017). Global wine markets 1860 to 2016: a statistical compendium. Adelaide: The University of Adelaide Press.
- Bordiga, M. (2016). Valorization of wine making by-products. Boca Raton: CRC Press.
- Bruwer, J. (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism Management*, 24, pp. 423-435.
- Dougherty, P. (2012). *The Geography of Wine: Regions, Terroir and Techniques*. New York: Springer.
- Flint, D., Signori, P., & Golicic, S. (2016). *Contemporary Wine Marketing and Supply Chain Management*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Gilinsky, A. (2015). *Crafting Sustainable Wine Businesses: Concepts and Cases*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Jackson, R. (2014). *Wine Science: Principles and applications*. San Diego: Academic Press.
- MacNeil, K. (2015.) *The Wine Bible*. New York: Workman Publishing.